

# E-Commerce Consumer Behaviour Report 2010

## ESTRATTO

## *Perché un'altra ricerca sull'E-Commerce*

- ✓ L'**E-Commerce Consumer Behaviour Report 2010** è una ricerca effettuata da ContactLab in collaborazione con Netcomm, tramite questionario web based.
- ✓ La ricerca Netcomm/ContactLab si è posta come area di indagine un **campione** estremamente **importante** di utenti web: persone appartenenti alle mailing list di Merchant caratterizzati da una presenza nel canale E-Commerce.
- ✓ In tale ottica, l'**E-Commerce Consumer Behaviour Report 2010** costituisce un **approccio** completamente **nuovo** di approfondimento sulla popolazione più attiva online.

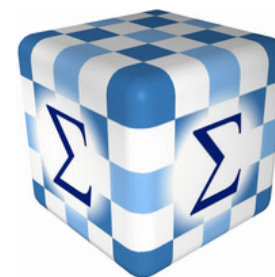


## *Perché un'altra ricerca sull'E-Commerce*

- ✓ Per la **numerosità delle risposte raccolte** possiamo affermare di essere di fronte alla più importante ricerca italiana **sui comportamenti negli acquisti online**.
- ✓ L'**E-Commerce Consumer Behaviour Report 2010** si pone come obiettivo primario quello di analizzare i comportamenti degli utenti, andando a tratteggiare quelle dinamiche che possano fornire utili indicazioni ai Merchant per utilizzare sempre più l'E-Commerce quale leva strategica per lo sviluppo futuro del proprio business.



## *Campione e approccio metodologico*



### I Numeri:

**46.000 Questionari compilati**

- 20 Categorie merceologiche
- 29 I Merchant che hanno partecipato

### Approccio:

Web survey tramite mail

- Drill Down Interattivo
- Data Mining
- Multivariate Analysis
- Field Aprile 2010

87%

L'87% dei rispondenti ha  
dichiarato di acquistare online

16%

Tra le persone che nell'ultimo anno hanno fatto più di 10 acquisti, il 16% corrisponde a nuovi e-buyer (che hanno iniziato ad acquistare da meno di un anno)

15%

Tra gli utenti che hanno dichiarato di acquistare online, il 15% acquista biglietti di trasporto

35%

Tra gli utenti che hanno dichiarato di acquistare online, il 35% ha dichiarato di aver aumentato la spesa online nell'ultimo anno

24%

Il 24% degli utenti che hanno dichiarato di acquistare online, ritiene i social network (blog, forum, Twitter, Facebook) *“per nulla affidabili”* per la ricerca di offerte e promozioni per l’acquisto

1°

Il primo motivo per il quale i non acquirenti non comprano online è l'impossibilità di accertarsi della qualità della merce



**IL REPORT COMPLETO  
È DISPONIBILE PER IL  
DOWNLOAD GRATUITO**

Scopri tutti i risultati:

<http://www.contactlab.com/ecommercereport>

